

Analiza strategiczna przedsiębiorstwa (konwersatorium) - 2019/2020

Opis zajęć
Informacje ogólne Prowadzący: dr Maria Paździor Organizator: Wydział Nauk Społecznych - Instytut Ekonomii i Zarządzania Liczba godzin tydzień/semestr: 2/30 Język wykładowy: Język polski
Cele przedmiotu C1- Przedstawienie istoty zarządzania strategicznego w rozwoju przedsiębiorstw. C2- Przedstawienie praktycznego podejścia w zarządzaniu na podstawie analizy strategicznej.
Wymagania wstępne W1- Podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem. W2- Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii.
Efekty kształcenia dla przedmiotu WIEDZA Studenci zdobędą wiedzę na temat analizy strategicznej przedsiębiorstwa, poznają kluczowe teorie dotyczące analizy strategicznej. Poznają najważniejsze szkoły zarządzania strategicznego. Poznają zastosowanie konkretnych metod analizy strategicznej w konkretnych sytuacjach. UMIEJĘTNOŚCI Student interpretuje i wyjaśnia zjawiska społeczno-gospodarcze wpływające na rozwój i konkurencyjność przedsiębiorstw. Analizuje procesy i zjawiska społeczno-gospodarcze stosując metody planowania strategicznego, jak również ocenia ich wpływ na perspektywy rozwoju przedsiębiorstwa. KOMPETENCJE SPOŁECZNE (POSTAWY) Umiejętność pracy zespołowej, komunikatywność. Możliwość pozyskiwania i łączenia wiedzy z różnych dziedzin w celu rozwiązania problemów strategicznych przedsiębiorstwa.
Metody dydaktyczne 1. Wykłady z prezentacjami multimedialnymi. 2. Ćwiczenia prowadzone jako analiza studiów przypadków, dyskusja.
Treści programowe przedmiotu 1. Geneza i istota zarządzania strategicznego (4) 2. Podstawowe pojęcia dotyczące zarządzania strategicznego (szkoły zarządzania strategicznego oraz ich specyfika. Strategie przedsiębiorstw – pojęcie strategii; model strategii przedsiębiorstwa; klasyfikacja i typologia strategii przedsiębiorstw; hierarchia strategii w przedsiębiorstwie.(4) 3. Psychologiczne aspekty zarządzania strategicznego. Przykład praktyczny. (4) 4. Analiza otoczenia rynkowego (instrumenty i metody).(4) 5. Analiza potencjału strategicznego organizacji. Podejście zasobowe i analiza kluczowych kompetencji. oraz narzędzia analizy strategicznej (np. a.SWOT) (4) Przykład praktyczny. 6. Kultura organizacyjna (3) 7. Zarządzanie wiedzą w strategiach przedsiębiorstw (2) 8. Podsumowanie pracy studentów (1)
Kryteria oceny i sposoby weryfikacji zakładanych efektów kształcenia 1.Ocena na podstawie prezentacji i aktywności studentów

Literatura podstawowa i uzupełniająca

1. Stabryła A., Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2017
2. Gierszewska G. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, 2016

Literatura uzupełniająca:

1. Romanowska M, Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWE, WARSZAWA, 2016

Kierunek studiów: Ekonomia (stacjonarne I stopnia)

Lokalizacja w planach rocznych:

Etap: Rok III - Semestr 5

Punkty ECTS: 3

Forma zaliczenia: Zal. na ocenę

Terminarz:

Data	Dzień	Sala	Godz.od-do
2019-11-28	czwartek	C-417	10:50 - 12:30
2019-12-05	czwartek	C-417	10:50 - 12:30
2019-12-12	czwartek	C-417	10:50 - 12:30
2019-12-19	czwartek	C-417	10:50 - 12:30
2020-01-09	czwartek	C-417	10:50 - 12:30
2020-01-16	czwartek	C-417	10:50 - 12:30
2020-01-23	czwartek	C-417	10:50 - 12:30